

il commercio ROMAGNA verso il 2000 ROMAGNA

A CURA DELL'UFFICIO PUBBLICITÀ E PUBBLICHE RELAZIONI



# Associarsi è bello nella distribuzione

Centri commerciali e qualità del servizio GALLERY nella strategia della Coop Romagna Marche

Disegnare una mappa della situazione distributiva nella Romagna non é un'impresa semplice Romagna significa infatti turismo, con una costiera fitta di imprese piccole e grandi, dai lidi ravennati fino alia megalopoli estiva del divertimento. Rimitu Ma significa anche vaste zone agricole, decentramento delle imprese e quindi della popolazione residente. Partendo dalla classica distinzione fra tradizione e innovazione, si può osservare, pur nella persistente polverizazione degli esercizi commerciali, un grande sforzo di rinnovamento, che negli ultimi dicci anni ha sacnificatio una discreta percentuale di piccoli esercizi nel settore siimentare, a favore di un buon umero di supermercati appartenenti a grandi catene E se la Coop è leader per quanto riguarda il numero e la superficie dei punti vendita, non manca una (salutare) concorrenza con altre imprese private, attratte in Romagna da una buona capacità di spesa pro-capite e dalla intensità del flusso turistico.

All'interno dell'area romagnola Ravenna è la città che si è lasciata conquistare, forse tra le ultime, dal piacere di comprare in modo nuovo ma non vi é dubho che un recupero c'è stato Diverso il tipo di evoluzione nella zona del fortivese Oltre alla

qualche supermarket o, ultimamente, cen-tri commerciali integrati, lo aviluppo della rete è pasato per la strada dell'associazio-nismo tra dettaglianti, che ha contribuito a

rete è passato per la strada dell' associazionismo tra dettaglianti, che ha contribuito a rinnovare la rete commerciale seriza traumi ma con costanza Proprio nel forlivese, non lontano da Rimini, la Regione Emila Romagna ha progettato di collocare di quarto polo commerciale regionale, con l'insediamento di grandi strutture di scambio Per il momento, comunque, una caratteristica che si rileva in tutta la zona è la forza delle organizzazioni.

Eun rilievo che fa l'assessore provinciale alle Attività produttive a Ravenna, Oscar Casadei, sottolineando la grande coesione che mostrano tutti i gruppi, dalle associazioni del dettaglio tradizionale, alle organizzazioni cooperative Tra i fenomeni che preoccupano gli operatori dei commercio va citato I abusivismo, favorito dalla grande concentrazione turistica delle aree costiere Dal punto di vista del rapporto tra produzione e distribuzione, la forte presenza della cooperazione favorisce lo sviluppo di rapporti nuovi Già oggi la Lega delle Cooperative ha in cantiere una serie di progetti market orienteda, per usare un termine tecnico In sostanza, in Romagna esiste una forte presenza di aziende cooperasione favorisce di marchi e di concentrate una serie di progetti market orienteda, per usare un termine tecnico In sostanza, in Romagna esiste una forte presenza di aziende cooperasione presenza di aziende cooperasione favorisce di alla contra di casi di

transletera soon holt evention in manaces finale

La distribuzione in Romagna potrà diventare in futuro il banco di prova di un
nuove e più corretto legame tra produsione, trasformazione e distribuzione nell'agroalimentare Altri elementi innovativi
sono già presenti, sotto forma di progetti a
spesa elettronica non è più un sogno irraggiungibile ma una prese più solide; la
superato orma la fase critica nell'accettazione del nuovo la tipica imprenditoria
diffusa di questa regione è un fattore di
successo anche nella prospettiva della trasformazione dei rapporti commercial. La
capacità di rinnovare si fonda su una sbili
tà negli investimenti fortemente consolidata in decenni di scambi. Non è solo la Romagna del uò cumprofi che ha rempito le
cronache estive me è una capacità di assorbire senza scosse le trasformazioni del costume e dei gusti della gente La disponibitià naturale sello scambio è un fattore innato in gente che ha vissulo sempre prolettata sul movimento di merci e di porsone.

di conduzione e negli altri 30 000 ettari di terreno dei

# Viaggi e fondi d'investimento si compreranno al super

il un luogo comune dire che la gente di Romagna conserva ancora lo spirito anarchico e gli sianci passio-nali. Ma un fondamento di nali, Ma un fondamento di vero saiste La cooperazione nacque e al sviluppo da queste parti, a Nullo Baddini sono intitolate strade in tutte della prime cooperative, quelle bracciantili, in fiera opposizione agli «agrari» si sviluppo notevolmente nei dopoguerra, estendendosi a tutti i settori produttivi. Agricoltura, produzione e lavoro, e pol consumo.

A Sant'Alberto, un paese

Agricoltura, produzione e lavoro, e poi consumo.

A Sant'Alberto, un paese poco iontano da Ravenna, dove in inverno la nebbla si taglia con il cottello, un battagliero gruppo culturale, con pochi mezzi e moita passione, ha messo insieme i documenti della cooperazione di consumo Marna Ortolani, che ha curato con altra papassionanti questo alvoro, mostra le foto degli antichi spaccia, Piccoli negosi, con le merol socatastate Oggi la Romagna è un territorio varivera adriatica, la campagna cottivata — non dimentichiamo che la provincia di Ravenna ha la più alta persentuale in Italia di occupati nell'agricoltura, 1985, — le colttà a cui mergini è nata

l'industrializzazione pesante degli anni Sessanta. Un tes suto complesso, con cui la distribuzione deve fare i conti. La grande distribuzione organizzata ha fatto il suo ingresso in ritardo rispetto ad aitre sone del Nord Italia, ma oggi si può dire che sia un fenomeno consolidato, che mostra un trend di sviluppo rapido.

La Coop Romagna Marche, nata nel 1977 dalla fusione delle cooperative locali, di antiche tradizioni, ma sofferenti per l'eccessivo frazionamento, gestiace oggi una rete di vendita fatta prevalentemente di grandi strutture. Confortata da buoni risuttati economiei da una rete di conpia di suritture. Confortata da buoni risuttati economiei da una crescita, l'eleborazione della soci della Coop è in continua crescita, l'eleborazione della strategia di sviluppo ai fonda su serie considerazioni sui territorio.

Ji modelli di distribuzione moderna che abbiamo di fronte sono sostanzialmente due — apiega Erio Cicognani, presidente della Coop Romagna Marche — gli ipermercati e i centri commerciali. Secgliere per i primi significava adottare una straegia di vila giego meglici l'ipermercato si integra in una visione della sociela in cui il centro degli acquisti è un po-

sto isolato, in cui si va apposta per fare la spesa grossa risparmiando sui prezzi. L'atto dell'acquistare é avuiso in parte dalla vita quotidiana. Il centro commerciale, invece, è maggiormente a misura d'uomo, integrato nei territorio, godibile per la varietà dell'offerta. Glà oggi, la Coop è inserita in centri commerciali in quattro loca ilità, e a Rimini e Senigallia siamo in corso d'apertura. I centri commerciali afiancano grandi aree di despecializzato come le nostre - a piccole strutture superspecializzate, a botteghe artigiane e a centri di servizio, banca, posta e anche uffici comunalis.

Innovazione sensa traumi, dunque «Softs è una definizione che spesso al è data por descrivere l'Emilia Romagna e anche questa visio-

ne del commercio si integra bene. Ma la strategia Coop non si limita alla gestione commerciale, nè si ferma ai dati economici, che dicono che neil'86 le vendite sono cresciute del 21%. La visione è più ampia. La gente oggi richiede anche alia grande distribuzione servizi speciali. Non si accontenta più di ri-sparmiare. E il concetto di servizio risulta più vasto di semplici aggiunte di reparti. La gamma è vasta: si va dai pane fresco nei supermercati coliccati in quartieri in cui la gente è abituata alla piccola apesa quottidiana, ai reparti dei cibi pronti, per queili che lavorano tutto il giorno e non hanno voglia di prepararsi la cena: una realtà questi ultima importante nelle città ma anche nei piccoli centri industriali.

Ma sono in cantiere anche

FATTURATO 1986 lire	216.000 000 000
NUMERO PUNTI DI VENDITA	25
SUPERFICIE COMPLESSIVA mq	25.000
OCCUPATI	830
soci	75 000

servizi diversi, più sofisticati' un'agenzia di viaggi, per
rispondere alla crescente richiesta di prodotti per il tempo libero, e la vendita di prodotti finanziari. Insomma,
quote di fondi di investimento in vendita non solo nei paiudati uffici finanziari delie
società private ma anche
nella più domestica atmosfera delle aziende cooperative.
Ma non finisce qui: ricerche
autorevoli hanno dimostrato
che nei futuro l'acquisto a
domicilio, per catalogo, acquisterà ulteriore spazio. Da
qui l'idea Coop di entrare nei
mercato delle vendite per
corrispondenza. Il passo verso il catalogo elettronico è
breve Oggi solo la grande distribusione ha i mezzi per introdurre commodities per i
consumatori. E un fatto,
questo, generalizzato e che
non riguarda solo la Romagna, ma vale almeno per tutto il Nord Italia Quindi, casse attrezzate con pagamenti
a carta magnetica tipo bancomat, cataloghi elettronici
a punto vendita, e, in prospettiva, a domicilio. La Romagna è un iaboratorioimportante per la modernizzazione delia distribuzione
le esperienze in corso sono
un interessante test per in-

Patrizia Romagnoli

# Grandi e piccoli negozi raggiunto un equilibrio

La Confesercenti in provincia di Ravenna: oltre 4.500 le aziende associate - Cinque sedi attrezzate con gli strumenti più moderni

ne di sostanziale equilibrio fra la grande e la piccola di-stribuzione, fra il centro commerciale o il supermar-ket alimentare ed il nego-zietto ddietro l'angolos che spesso disegna: la fisiono-mia del quartieri E proprio alla piccola e media distribu-zione appartiene la gran par-te delle aziende associate dalla Confesercenti della provincia di Ravenna (a tut-t'oggi sono più di 4 500). Nel-la rete commerciale quale va **oggi pre**figurandosi (con una riduzione dei punti di vendi ta, ed un aumento medio del-le superfici) si tratta di dare agli attuali operatori la con-creta possibilità di restare sul mercato sia attraverso forme associative con it franchising, con le unioni volontarie, con i centri commerciali sia attraverso processi di riqualificazione, ri-professionalizzazione e spe-cializzazione che mantenga-no aperte anche per i «picco-

liv negozi significative fette di mercato Operazioni che, tutte, richiedono di avere a disposizione strumenti cre-ditzi, di assistenza tecnica, di formazione professionale e quant'altro. In questa dire-zione (sia in termini concreti di servizi offerti che di batta-gila ed iniziativa politica) va gila ed iniziativa politica) va 
'attività della Confesercenti 
provinciale. Cinque sedi attrezzate con gil strumenti 
più moderni e gli ormai immancabili computers ed in 
più 19 recapiti decentrati dove gli associati possono contare su tutti i servizi necessati in materia tributatia firi in materia tributaria, fiscale, di contabilità, oltre che di consulenza completa per quanto riguarda l'impie-go di personale dipendente, la tenuta di libri-paga, le pratiche amministrative per li rilascio delle autorizzazio-ni commerciali E poi c'è an-che il patronato (Epasa) che offre una consulenza com-pleta in materia di assisten-za sanitaria, pernsionistica ed antinfortunistica Spetia per quanto riguarda l'impieistituiti suddividendo i com mercianti per settore specifi-co, seguire i problemi della categoria garantendo all'as-sociato un'assistenza ancora maggiore e, sicuramente,

più mirata Frequentemente più mirata Frequentemente vengono promossi dalla Confesercenti direttamente o in collaborazione con il Ce S Co T (Centro sviluppo commercio e turismo) dei corsi di aggiornamento professionale (dalle tendenze evolutive dei mercato alle moderne teeniche di vendita moderne tecniche di vendita alla legislazione commercia-le fino ad arrivare ad un po-di nozioni di psicologia dei consumatore) ma anche cor-si abilitanti e preparatori per ottenere la registrazione al Rec

Infine, l'impegno pretta-mente politico della Confesercenti ravennate In que di battaglie nazionali (dai rinnovamento dei sistema pensionistico e previdenzia-le, per la riforma dei sistema fiscale, alla vertenza sulle lo-cazioni al contenimento dei prezzi e dell'inflazione) la Confesercenti di Ravenna si

contraddistingue per le ini-ziative in campo ambientale In questo senso l'impegno ai è concretizzato in vere e proprie campagne ecologi-che sia per l'uso dei detersivi a basso contenuto di fosforo e di sacchetti e contenitori di carta a sostituire le «inqui-nanti» sportine di piastica.

## I corsi per disoccupati del Ce.S.Co.T.

turismo) nato per iniziativa della Confesercenti, opera da alcuni anni nella provincia di Ravenna con lo scopo di promuovere e favorire lo sviluppo, l'Innovazione e l'occupazione nei settori del commercio, del turismo e dei servizi E lo strumento operativo di questa attività è la formazione professionale, imprenditoriale e manageriale, rivolta in particolare ai giovani Il Ce S Co T poi, in collegamento con le altre sedi di terreno delle cooperative enti su base sia regionale che nazionale, si occupa di ricerca, documentazione, selezione del personale, assistenza tecnica e consulenza. Tutte queste attività, ovviamente, vengono realizzate con gli strumenti piu moderni e con il sup-porto dell'informatica. Un discorso a sé lo meritano i cors per giovani disoccupati attivati da due anni a questa parte dal Centro e che utilizzano i finanziamenti Cee e della Regio ne Emilia-Romagna. I costi si avvalgono infatti di una meto-dologia volta a calare il giovane in reali situazioni di lavoro il tutto per fornirgii strumenti e capacità perché possa divenire un buon imprenditore di se stesso. Per l'anno da poco trascorso l'attività realizzata con i fondi sociali europei era inmatica e sviluppo turistico. La maggioranza del giovani che hanno effettuato queste esperienze di lavoro formazione stanno costituendo tre imprese (una per ciascuna area) che opereranno autonomamente sui merceato rimanendo conunque inserite e collegate con il sistema di attività e di aziende Ce S Co T Altri giovani poi, hanno trovato colloca zione come dipendenti in società agenzie già operanti De queste esperienze, si vede pertanto come il Ce S Co T intenda, attraverso la formazione professionale dare una risposta se pur parziale, a molti dei giovani che trovandosi nell'impossibilità di avere un'occupazione si orientano sempre più verso un lavoro autonomo cercando gli strumenti, la forma-

zione e le capacità imprenditoriali di cui sono carenti

# RAVENNA (c v) — Poco meno di 1 400 miliardi di fatturato, circa 220 aziende associate, quasi 18 000 occupati. Questa la stotografia della Lega provinciale delle cooperative relativa ai 1965 All'interno di questo grande sistema di imprese trova un posto di rilievo il comparto distributivo, che sempine mell'85 registrava in provincia di Ravenna quasi 800 occupati e un giro d'affari di 200 miliardi di lire. I pezzi dei mossico commerciale aderente alla Lega si chiamano anxitutto Coop Romagna Marche e cooperative Conad, a cui vanno aggiunte le nuove attività imprenditoriali (ad esempio la produzione e commercializzazione di alimenti congleati y el servizi finanziari alla distribuzione. Noi lavoriamo per la ristrutturazione di tutta la rete distributiva — dice Lorenzo Sintini, presidente della Coop — per valorizzare da un lato l'associazionismo sia delle consumatori sia degli esercenti e, dall'altro, le specializzazioni. In questo contesto puntiamo al completamento della rete Coop in provincia di Ravenna, risolvendo il problema della presenza della Coop Romagna Marche a Faenza, per motti anni pretestuosamente ostacolata diali locale amministrazioni comunali nonostante la ri-tchiesta alle centinnia di soci faentini. Puntiamo inoltre allo sviluppo delle forme associate, all'incremento del negoti specializzati, cercando al contenpo di favorire la nascita di nuove imprese. L'oblettivo è quello di adeguare costantemente il servizio distributivo alle necessità, di renderio moderno, a costi tali da poter mantenere prezzi non speculativi. J'altra di renderio moderno, a costi tali da poter mantenere prezzi non speculativi. J'altra di renderio moderno, a costi tali da poter mantenere cole in renderio della recessità, di renderio moderno, a costi tali da poter mantenere prezzi non speculativi. J'altra di renderio moderno, a costi tali da poter mantenere cole in serva l'unitare e dell'organizzazione commerciale, non menono impegnativa appare l'actone intrapresa per valorizzare le produzioni per il commercio el lo sforzo c

## Un mosaico commerciale aderente alla Lega



Nicolaes Maes: «La contabile» Nella foto in alto: centro com-

stre cooperative di commercializzazone e trasformazione. In questo contesto acquista particolare rillevo la costituzione di Agri-Paradigma, una società a capitale misto (industriali privati, associate della Lega e anche dell'Agol; che metterà in attività un sofisticato laboratorio di analisi dei prodotti impiegati e lavorati dall'incultati agra-alimentare, con l'obiettivo di ridure al minimo l'utillizzo del fitofarmaci ad sviluppare d'agricoltura di viluppare d'agricoltura publica de la guardia de sulluppare d'agricoltura de di sviluppare d'agricoltura de l'especializzo del fitofarmaci activa de la capitatione de l'especializzo del superaci e la guardia de l'especializzo de l'especializzo de l'especializzo de l'especializzo de l'especializzo de l'especializzo del capitato del settore e del consumatori. Vorremmo poter contare su analoga volontà a livello normativo e anche da parte di alcune grandi organizzazioni del settore, come ad esemplo l'Ascom di Ravena, che si dimostrano ancora frenate da condistoni pre-imprenditoriali. Dicevamo, all'inizio, delle nuove iniziative Esse spaziano in diversi campi del commercio, anche perché, come spiega il presidente della Lega, anoi sappiamo affrontare il problema contestualmente nei suoi motteplici aspetti e siamo in grado di offrire all'azione programmatrice degli operatori del settore in degli operatori del settore in completo e un'ottica di riferimento integrale, in quantico dell'inprenditoria privata, che produce pane, pasta e crois-sant congetati E si spiega anche il progetto istitutivo di una nuova impresa speciali esta is piega anche il progetto istitutivo di una nuova impresa specializzata nelle vendite per corrispondenza, un settore ancora largamente sottosvi-luppato in Italia. In definitiva, quindi, anche nel comparto commerciale i a Lega sa muoversi in termini di linovazione e qualificazione e diversificazione di evernica de sempirato compete e qualificazione e diversificazione de diversificazione del corre ha bisogno con que curata e prezzi com

## **CONVENZIONE**

Nell intento di migliorare e sviluppare sem pre più i servizi agli Associati, la Confesercenti ha stipulato una

ASSOURAZION , IMPRESA del Movimento democratico, è in grado di fornire ogni tipo di copertura assicurativa

Prestazioni particolarmente adatte alla categoria, con la linea di prodotti -Sicurezza Esercenti», studiato con l'apporto della Confesercenti, per l'esercizio commerciale

# ECONFESERCENTI

Prestazioni pensionistiche e previder ziali con la linea lizza a garanzia vibrility , la po-

pensione integrativa

Nel settore finanziario Unipol e Banco Ro-ma, tramite la loro società UNIROMA di-stribuiscono FONDI COMUNI DI INVESTI-MENTO, denominati

> FONDO AZZURRO FONDO VERDE

Informazioni e consulenze gratuite presso

tutte le sedi della Confesercenti e tutti gli uf-fici UNIPOL ASSICURAZIONI

RAVENNA Via Paolo Costa, 7 Telefono 0544/26073 LUGO Via Risorgimento 1 Telefono 0545/24190 FAENZA Corso Mazzini 47 Telefono 0546/25098 CERVIA Piazza A Costa 28 Telefono 0544/7199 CONSELICE Piazza Foresti 4 Telefono 0545/89148